1

NÉGOCIER UN DEAL IMPOSSIBLE

Introduction À La
Négociation Impossible

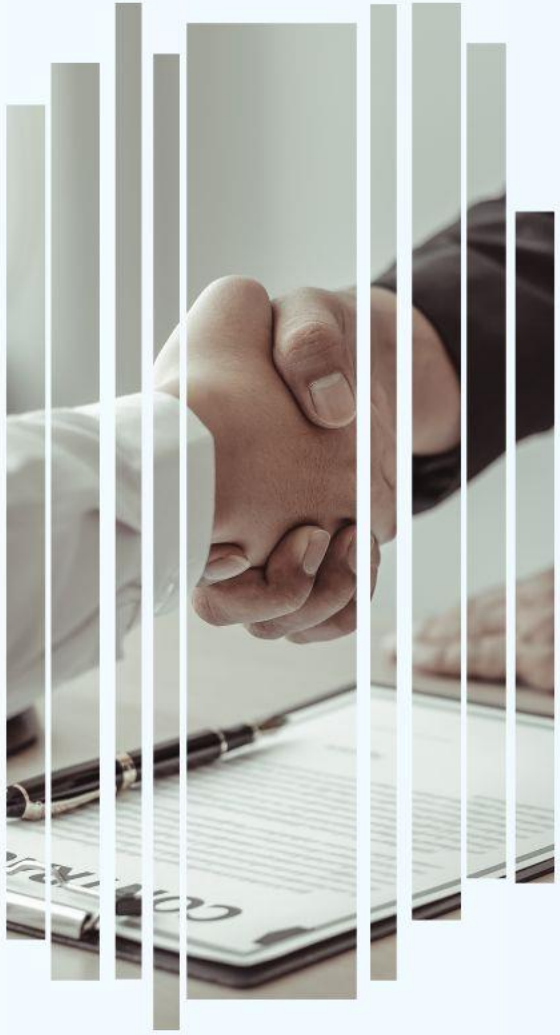
SWIFT ACADEMY

COMPÉTENCES NÉCESSAIRES

- **Prise de décision** : La réussite d'une négociation repose sur une prise de décision éclairée qui s'articule autour de plusieurs éléments synergiques. Parmi eux, figurent l'analyse des priorités, la maîtrise du domaine, la recherche approfondie d'informations, l'exploitation des données et des faits, la prise de notes, le temps de réflexion, l'inspection minutieuse des détails, l'analyse des avantages & inconvénients, l'évaluation des risques, la reconnaissance des problèmes potentiels, la créativité, les réflexes logiques, le bon sens et l'intuition qui s'alimente de l'expérience.

- **Leadership** : Le contrôle et la conduite de la discussion jouent un rôle crucial. En effet, il ne suffit pas d'avoir préparé vos arguments pour mener une négociation avec succès. Élaborer une stratégie pour amener votre interlocuteur là où vous le souhaitez est aussi indispensable. L'objectif est d'acquérir des compétences pour diriger la conversation : déterminer qui participe, à quel moment et dans quelle séquence les sujets sont abordés, afin d'augmenter les chances de parvenir à l'accord que vous désirez.

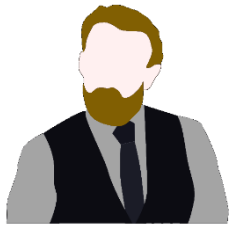
- **Technique d'influence** : Le meilleur négociateur est celui qui utilise son influence plutôt que sa force. Votre influence, c'est votre capacité à amener votre interlocuteur à faire quelque chose non pas parce que vous voulez qu'il le fasse, mais parce qu'il veut le faire pour ses raisons à lui. Les techniques d'influence propose des méthodes permettant de changer le comportement de l'autre qui réalise par lui-même que le changement est nécessaire ou bénéfique, plutôt que d'imposer votre point de vue. Contrairement à une discussion classique où chaque argument peut être suivi d'un contre-argument, ces méthodes visent à éviter une guerre de positions

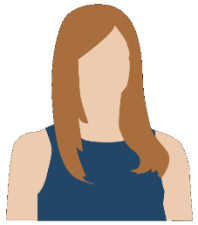


TACTIQUE DE NÉGOCIATION

TACTIQUE D'INTOXICATION

OFFRE INITIALE VS OFFRE OPTIMISÉE





- **Andrea** voulait s'acheter un nouveau collier.
- Le **bijoutier** lui a demandé combien elle envisageait de dépenser.
- **Andrea** a répondu : « 100 € »
- Le **bijoutier** lui a aussitôt présenté un collier dont il savait pertinemment qu'il ne convenait ni à l'âge, ni au style de cette cliente. « Voici un modèle à 100 € », a-t-il dit.
- **Andrea**, à qui le collier ne plaisait évidemment pas, a demandé au bijoutier ce qu'il avait d'autre pour ce prix-là.
- Le **bijoutier**, exerçant maintenant son expertise, lui a présenté un collier dont les pierres étaient assorties à ses yeux et qui se coordonnait parfaitement à son style vestimentaire. « Ce collier coûte lui aussi 100 € », a-t-il ajouté.
- Pour **Andrea**, c'était le coup de cœur. Et à prix égal avec le premier collier, celui-ci était nettement plus beau. Elle l'a acheté.

En réalité, le premier collier coûtait seulement 80 €. Absorbée par la comparaison du second collier avec le premier, Andrea ne s'est même pas demandé s'ils avaient réellement la même valeur. En revanche, si le bijoutier lui avait directement présenté le second collier, elle aurait peut être essayé de négocier une réduction.

TACTIQUE DE NÉGOCIATION

TACTIQUE D'INTOXICATION

OFFRE INITIALE VS OFFRE OPTIMISÉE

Mordoch est un homme d'affaires bien connu et qui disposait d'une fortune personnelle importante

Daniel, PDG de **NETJETS**, opérateur de jets privés, négociait l'acquisition d'un **Falcon- 9000** de **Mordauch**

Mordoch souhaitait continuer à disposer du **Falcon** un certain nombre d'heures par an pour son usage personnel. **Mordoch** demandait : 400 h d'utilisation annuelle à un tarif de location préférentiel & à tout moment, avec un préavis d'une semaine.

Pour **NETJETS**, il n'était pas possible d'annuler au dernier moment les réservations de ses autres clients uniquement parce que **Mordoch** souhaitait disposer du jet.

Daniel savait que **Mordoch** effectuait systématiquement 6 allers-retours à **New York** par an pour ses affaires professionnelles, soit :

- Un total de 180 h (Les dates de ces déplacements étaient toujours fixées un an à l'avance).
- Les 220 h supplémentaires seraient utilisées pour ses loisirs et ses vacances : il aimait organiser des **escapades surprises** le weekend pour sa femme.

Daniel a proposé à **Mordoch** l'arrangement suivant :

1. **Mordoch** aurait la priorité sur 180 h de vol suivant un calendrier fixé au début de chaque année
2. **Mordoch** bénéficierait de l'usage de l'avion pour les 220 h restantes à condition de réserver ses dates 30 jours à l'avance.

Daniel savait que cela ne suffirait pas car, en dehors de ses séjours à **New York**, l'emploi du temps de **Mordoch** était extrêmement volatil — sans parler des weekends surprises pour sa femme.

TYPES DES NÉGOCIATEURS

NÉGOCIATEUR PROACTIF

LE NÉGOCIATEUR SÉDUCTEUR

SON PROFIL	• **Le négociateur séducteur privilégie la relation qu'il établit avec le(s) représentant(s) de(s) autre(s) partie(s).** - Mr « Le beau parleur » - la chaleur, la durée dans le temps, la qualité de ses relations, sont ses objectifs et les moyens pour entamer, continuer et conclure de bonnes négociations. - Il entend donc réussir ses relations avec ses interlocuteurs pour réussir les négociations avec eux ;
RISQUES	- Il n'est pas, parfois, possible de concilier « Bonne Relation » avec « Négociation réussite » - Il risque de devenir du bavardage et donc ennuyeux pour son interlocuteur. - À trop se focaliser sur la qualité relationnelle, il en oublie de préparer techniquement ses entretiens et de mesurer le contexte général.
QUE FAIRE ?	- Recentrez la discussion sur les objets de la négociation
À ÉVITER	- Gardez-vous de tomber sous son charme au risque d'en perdre vos objectifs et votre stratégie !